



Organisation
des Nations Unies
pour l'éducation,
la science et la culture



Diversité
des expressions
culturelles

7 IGC

CE/13/7.IGC/7

Paris, le 14 novembre 2013

Original : anglais

COMITÉ INTERGOUVERNEMENTAL POUR LA PROTECTION ET LA PROMOTION DE LA DIVERSITÉ DES EXPRESSIONS CULTURELLES

Septième session ordinaire
Paris, Siège de l'UNESCO
10 - 13 décembre 2013

Point 7 de l'ordre du jour provisoire : Activités de levée de fonds : Rapport sur la mise en œuvre de la stratégie de levée de fonds du FIDC

Conformément à la Décision 6.IGC 6, le présent document contient un rapport sur la mise en œuvre de la stratégie de levée de fonds du FIDC.

Décision requise : paragraphe 25

1. À sa première session extraordinaire (juin 2008), le Comité a demandé au Secrétariat, à travers un financement extrabudgétaire, si disponible, d'organiser des consultations informelles avec les Parties, les experts et les entreprises, en vue d'identifier les sources éventuelles de financement du FIDC (Décision 1.EXT.IGC 6).
2. Reconnaisant la nécessité d'associer à cette action des professionnels du domaine de la levée de fonds, le Comité, à sa cinquième session ordinaire (décembre 2011), a décidé d'allouer, sur les fonds non alloués du compte spécial du FIDC, un montant maximum de 200 000 \$ US pour les activités de levée de fonds, incluant également dans ce montant le coût nécessaire pour l'élaboration d'une stratégie adéquate, comme décrit dans le document CE/11/3.CP/209/INF.5. Il a également inscrit le point sur les activités de levée de fonds à l'ordre du jour de sa sixième session ordinaire et demandé au Secrétariat de lui soumettre un rapport détaillé sur l'utilisation des fonds destinés à des activités de levée de fonds (Décision 5.IGC 6).
3. À sa sixième session ordinaire (décembre 2012), le Comité a adopté la Stratégie de levée de fonds et de communication établie par Small World Stories, qui est présentée dans l'Annexe II du document CE/12/6.IGC/6/Rev. Le Comité a vigoureusement appuyé la stratégie, notant la grande qualité du document ainsi que le caractère dynamique des objectifs et de la vision de cette stratégie. Conformément à la Décision 6.IGC 6, le Comité a demandé au Secrétariat de préparer et soumettre à la quatrième session ordinaire de la Conférence des Parties un document d'information sur les activités de levée de fonds pour le FIDC.
4. Par sa Décision 5.IGC 6 paragraphe 8, le Comité a demandé en outre au Secrétariat d'identifier les moyens ou les mécanismes appropriés pour faciliter le paiement des contributions au FIDC. À cette fin, le Secrétariat a consulté le Bureau de la gestion financière, le Bureau de la planification stratégique et le Secteur des relations extérieures et de l'information du public. Il a été recommandé d'utiliser le système « PayPal » comme mécanisme approprié au FIDC, ce système étant déjà utilisé pour collecter les dons destinés au Fonds d'urgence et au Fonds spécial pour la sauvegarde des sites du patrimoine mondial au Mali. Il a été souligné que le succès d'une mobilisation de contributions versées par les bailleurs de fonds au moyen de ce système dépendait fortement de la mise en œuvre d'une campagne de promotion de grande ampleur. Le système « PayPal » est accessible sur la page Web dédiée aux activités de levée de fonds du FIDC.
5. La stratégie a été adoptée dans son intégralité pour une période de cinq ans (2013-2018), sachant que la levée de fonds dépend largement du renforcement de la visibilité de la Convention à l'échelle mondiale. Cette stratégie quinquennale comporte trois phases. La première phase (qui durera 18 mois, du 1^{er} janvier 2013 au 30 juin 2014) est conçue de manière à élargir la base de soutien existante du FIDC parmi les gouvernements, mais aussi à jeter les bases de l'action à mener pour obtenir le soutien de donateurs extérieurs. Le montant du coût de cette première phase a été estimé à 399 500 \$ US et 1 434 875 \$ US devraient être mobilisés durant cette phase. La deuxième phase s'étendra sur une période de deux ans (2014-2016), pour un coût estimé à 457 125 \$ US, et visera à mobiliser 4 391 367 \$ US. Ensemble, ces deux phases permettront d'avancer des arguments ciblés pour convaincre les donateurs extérieurs d'apporter leur soutien et nouer des partenariats avec le secteur privé et avec des personnes à haut revenu. C'est seulement lorsque le FIDC sera parvenu à maturité en termes de visibilité, de levée de fonds et de communication, qu'il pourra proposer à des partenaires corporatifs d'établir « une relation de marketing lié à une cause, sur le plus long terme », afin de les inciter à lever des fonds pour le FIDC, éventuellement sur la base de ventes institutionnelles.
6. La troisième phase commencera en 2016 et sera mise en œuvre sur une période de 18 mois, avec un budget de 351 625 \$ US. L'objectif global est de faire en sorte que, d'ici à 2018, le FIDC soit hautement respecté parmi les donateurs gouvernementaux, reçoive un appui financier régulier d'au moins la moitié des Parties à la Convention et que six partenariats de premier plan aient été noués entre le Fonds et le secteur privé, qui représenteront 30 % de son apport en ressources. La mise en œuvre de cette stratégie englobe les activités essentielles d'analyse comparative et d'évaluation.

Activités de la première phase (2013)

7. Pour 2013, le Comité a décidé que le reliquat des fonds alloués à sa cinquième session ordinaire au titre de la levée pouvait être utilisé pour des activités propres à rehausser la visibilité du Fonds et à le promouvoir dans le cadre de la mise en œuvre de certains aspects de la première phase (Décision 6.IGC 6). Les principaux objectifs de la première phase consistent à doter le FIDC d'un message clair et d'une identité visible, et à consolider la base existante de donateurs (les Parties à la Convention) du FIDC.

8. Dans un premier temps, afin de consolider la base de donateurs du FIDC, la Directrice générale a tout d'abord lancé un appel à contributions en mars 2013 par le biais d'une lettre officielle adressée aux Parties pour leur demander de soutenir le FIDC en versant une contribution volontaire annuelle d'un montant équivalent à 1 % au moins de leur contribution annuelle totale à l'UNESCO et les informer sur la stratégie de financement. Depuis lors, cinq Parties ont contribué au FIDC pour un montant total de 456 331 \$ US.

9. On trouvera ci-après un aperçu des activités menées par le Secrétariat en 2013 telles qu'indiquées dans la stratégie de levée de fonds du FIDC et approuvées par le Comité à sa sixième session ordinaire, notamment le lancement de la campagne du FIDC, le renouvellement de l'image de marque du Fonds et la création de partenariats.

Lancement de la campagne

10. La campagne de levée de fonds, « Votre 1 % compte pour la créativité », a été lancée le 10 juin 2013, en amont de la quatrième session de la Conférence des Parties. Elle était ciblée sur les Parties, en tant que principales parties prenantes à la Convention. Un panel de promoteurs de projets ont fait part de leurs expériences du FIDC et illustré, par des témoignages et des présentations audiovisuelles, la manière dont « Investir dans la créativité » peut « Transformer les sociétés ». Des informations sur le lancement de la campagne Web sont disponibles en ligne à l'adresse suivante : mms://stream.unesco.org/vod/CLT_10062013_1_floor.wmv. Cet événement a aussi offert aux groupes cibles à travers le monde la possibilité de participer virtuellement par le biais de Facebook, Twitter, etc. La page Web dédiée aux activités de levée de fonds du FIDC rend également compte de la campagne.

11. Suite au lancement de la campagne, le Secrétariat de la Convention a organisé une enquête électronique conformément à la Décision 191 EX/15 (I) Partie C.5 l'appelant à mettre en place un processus qui permette de solliciter les observations et les avis des participants aux réunions statutaires afin d'améliorer le déroulement des manifestations futures. Tout en reconnaissant la qualité de la préparation et de l'organisation de l'événement, avec un taux de satisfaction élevé en ce qui concerne la qualité des outils multimédias, les participants ont formulé deux suggestions principales : (1) organiser l'événement durant les réunions, et (2) envoyer des courriels de rappel fréquents aux Parties et à la société civile afin de les encourager à participer au débat. Le rapport complet sur cette enquête figure en annexe au document CE/13/7.IGC/INF.3

12. Après le lancement de la campagne, le message promu par celle-ci et des matériels de communication connexes ont été largement diffusés, en vue de maintenir et de consolider les liens avec la base existante et croissante de soutiens au FIDC. Des plates-formes multimédia, des outils Web, dont le site de la Convention, ainsi que des médias sociaux sont utilisés pour promouvoir la campagne et lui donner de l'écho.

Renouvellement de la marque du FIDC

13. Conformément à la stratégie de levée de fonds du FIDC, un objectif majeur de la première phase consiste à renouveler la marque du FIDC à travers une série d'activités promotionnelles. La première étape a consisté à élaborer une série d'outils de communication fondés sur le message « Investir dans la créativité. Transformer les sociétés ».

14. Cinq bulletins en ligne (« Mises à jour ») ont été diffusés en anglais, en français et en espagnol en avril, juillet, septembre, novembre et décembre 2013 afin de tenir les parties prenantes à la Convention informées des résultats des projets du FIDC et des activités encore en cours dans le cadre de ces projets. Le succès des projets accroît la visibilité du Fonds et optimise ainsi les possibilités de levée de fonds. Les bulletins tiennent également les donateurs informés des progrès accomplis dans la stratégie de levée de fonds. Les statistiques disponibles sur le site Web montrent que la campagne de mises à jour (en avril, juillet et septembre) a été fructueuse, cohérente et menée dans les trois langues. Les listes de diffusion des mises à jour s'allongent et les taux de désinscription sont très faibles. En outre, ces statistiques indiquent qu'une grande partie de ceux qui ouvrent les mises à jour cliquent sur les liens permettant de consulter des contenus additionnels. En conclusion, sachant que la fidélisation d'un public prend du temps, les résultats sont encourageants.

15. Suite aux réactions positives suscitées par la première brochure du FIDC publiée avant la sixième session ordinaire du Comité, une deuxième brochure présentant les principaux résultats obtenus par les projets financés par le FIDC en 2011-2013 a été produite et envoyée aux parties prenantes à la Convention. La brochure est soumise au Comité en tant que document d'information (CE/13/7.IGC/INF.7).

16. La stratégie de communication prévoyait la production et la diffusion d'une vidéo institutionnelle et de plusieurs récits multimédias afin d'accroître la visibilité du FIDC. Ces récits font découvrir une sélection de projets financés par le FIDC (Argentine, Croatie et Sénégal) ayant mis en œuvre différents aspects des interventions du Fonds (renforcement des capacités, accès au marché, action politique et développement des compétences) et démontrent l'impact du FIDC sur le terrain. La vidéo institutionnelle et les récits multimédias ont été produits en anglais, en français et en espagnol et projetés lors du lancement de la campagne, durant la quatrième session ordinaire de la Conférence des Parties, ainsi qu'à la 37^e session de la Conférence générale. Le 27 septembre 2013, la vidéo institutionnelle et les projets du FIDC ont également été présentés à l'ouverture du Festival Today'sArt à La Haye (Pays-Bas) devant un public de plus de 200 personnes. Le jour suivant, le FIDC et ses possibilités de financement pour les pays en développement ont fait l'objet d'une séance de questions-réponses et d'un débat avec des responsables et des professionnels de la culture du monde entier spécialisés dans le domaine de la créativité contemporaine. Pour en savoir plus, on se reportera au site <http://todaysart.nl/2013/program/unesco-international-fund-for-cultural-diversity/>.

17. Un nouveau site Web du FIDC a été mis au point dans le cadre des efforts du Secrétariat visant à accroître la visibilité et à diffuser les résultats et les informations concernant l'impact des projets du FIDC. Ce site donne accès au système « PayPal » afin de faciliter le paiement des contributions au FIDC. Une page Web spéciale contenant toutes les informations utiles sur le Fonds est consacrée exclusivement à la levée de fonds en faveur du FIDC. Ce site Web encourage l'utilisation active des médias sociaux depuis le lancement de la campagne à travers les pages Pinterest, Facebook et Twitter de l'UNESCO.

18. Les projets et les résultats du FIDC sont présentés tout au long de l'édition spéciale du Rapport UNESCO-PNUD sur l'économie créative. Le chapitre 7 du rapport, intitulé « L'Organisation des Nations Unies en tant que partenaire stratégique du développement de l'économie créative au niveau local », s'intéresse à la dynamique des économies créatives au niveau local dans les pays en développement et met en lumière plusieurs projets du FIDC.

19. L'Annexe du présent document contient un résumé visuel de la mise en œuvre de la stratégie.

Création de partenariats

20. Dans le cadre des activités de la première phase et en préparation de la deuxième phase de la stratégie, dont l'objectif principal est de rechercher de nouvelles sources de financement au-delà des donateurs gouvernementaux, le Secrétariat établit actuellement une liste détaillée et une base

de données recensant les partenaires du secteur privé potentiels. Ces informations serviront d'outil de base pour entretenir les relations avec ces derniers.

Fonds nécessaires pour mettre en œuvre la stratégie de levée de fonds en 2014

21. Le tableau ci-dessous présente un résumé du budget et des fonds mobilisés et sollicités pour mener à bien les activités de la première phase. Pour rappel, le calendrier des activités de la première phase s'échelonne du 1^{er} janvier 2013 au 30 juin 2014.

Tableau 1 : Budget, fonds mobilisés et sollicités pour la première phase

Coût total des activités prévues dans la stratégie adoptée par le Comité à sa 6 ^{ème} session	174 500 \$ US *
Montant total alloué par le Comité à sa 6 ^{ème} session	143 000 \$ US
Montant total sollicité pour approbation par le Comité à sa 7^{ème} session	31 500 \$ US

* Hors dépenses de personnel

22. La mise en œuvre des activités de la deuxième phase devrait s'échelonner sur une période de 24 mois, du 1^{er} juillet 2014 au 30 juin 2016, pour un budget total estimé de 95 125 \$ US (excluant les dépenses de personnel).

23. Conformément à la stratégie de levée de fonds, les activités de la deuxième phase qui seront menées de juillet à décembre 2014 (période de six mois) consisteront à :

- poursuivre les activités promotionnelles visant à renouveler la marque du FIDC (outre les 5 numéros des mises à jour en trois langues, 4 nouveaux récits multimédias seront produits, ainsi qu'une brochure de fin d'année illustrant les principaux résultats du FIDC) ;
- établir des partenariats avec le secteur privé, notamment pour des activités de recherche et de sensibilisation.

Le coût total estimé est de 23 781 \$ US (25% du budget total des activités pour la phase II).

24. Par conséquent, le montant total sollicité par le Secrétariat pour mettre en œuvre en 2014 les activités prévues dans la stratégie de levée de fonds adoptée par la Décision 6.IGC 6 s'élève à **55 281 \$ US** (31 500 + 23 781 \$ US).

25. Le Comité souhaitera peut-être adopter la décision suivante :

PROJET DE DÉCISION 7.IGC 7

Le Comité,

1. *Ayant examiné le document CE/13/7.IGC/7 et son Annexe ;*
2. *Examine et décide éventuellement de mettre en œuvre les activités spécifiques présentées dans le document CE/13/7.IGC/7 correspondant aux première et deuxième phases de la stratégie de levée de fonds du FIDC ;*
3. *Demande au Secrétariat de poursuivre les activités de levée de fonds pour 2014 ;*
4. *Demande également au Secrétariat de lui faire rapport sur la mise en œuvre de la stratégie de levée de fonds du FIDC à sa huitième session ordinaire.*

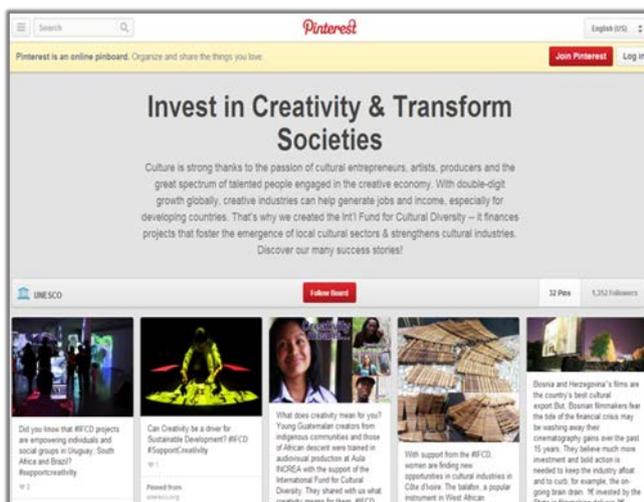
ANNEXE

Lancement de la campagne de levée de fonds
« Votre 1 % compte pour la créativité », le 10 juin 2013



De gauche à droite : Mike Van Graan, Directeur exécutif de l'Institut des Arts Africains ; Claudia Billourou, fondatrice et co-directrice de Escuela y Espacio de Arte y Oficios du Teatro Argentino de La Plata ; Diego Padilla, directeur exécutif de Instituto de Relaciones Internacionales e Investigaciones para la Paz (IRIPAZ) ; Michelle Constant, directrice exécutive de Business and Arts South Africa (BASA) ; Oumar Sall, directeur du Groupe 30 Afrique, un réseau interafricain d'échange culturel.

Mise en œuvre de la stratégie de levée de fonds du FIDC



Mises à jour

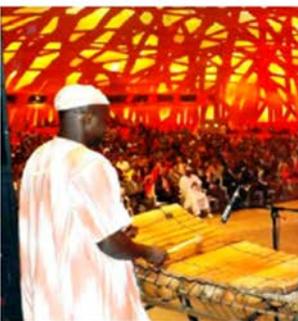
international fund for cultural diversity Investing in creativity Transforming societies

Update EMERGING CULTURAL ENTREPRENEURS

français español English

April 2013

IFCD IN ACTION



Côte d'Ivoire is set to create a new cultural industry. With the help of the IFCD, Groupe Ba Banga Nyed on how to make, perform and connect.

IMPACT STORIES



South Africa's creative opportunities

Carnivals across South Africa are a parade of creativity. These annual events showcase the country's diverse arts, crafts, design, music and dance. Also, behind the scenes, carnivals are vital. They create scores of jobs, boost local economies and promote much needed social cohesion.

Capitalising on the events' thriving markets, the Harlequin Foundation based in Cape Town, South Africa, trained a group of would-be cultural entrepreneurs to make carnival artworks using recycled materials. [More](#)

fonds international pour la diversité Investir dans la créativité Transformer les sociétés

Mise à jour ACTION POLITIQUE DYNAMIQUE

français español English

Juillet 2013

LE FIDC EN ACTION



Au Mexique, un projet financé par le FIDC forme des fonctionnaires de la culture, répartis dans tout le pays, à la gestion de projets en œuvre de ce projet est soutenu par le développement de solutions innovantes, pour prouver un modèle créé pour inspirer tous. « Innovez et pensez de façon créative pour mener... »

FAITS MARQUANTS



Les réalisateurs de films s'unissent pour élaborer les politiques de l'industrie

« En Bosnie-Herzégovine, les employés de l'industrie du film travaillent, en moyenne, moins de trois mois par an comparés à six mois dans les autres pays européens. Par conséquent beaucoup de nos jeunes talents créatifs et qualifiés migrent à l'étranger, vers de meilleures opportunités. » a déclaré le réalisateur de film et fondateur de Vizart Film Association, M. Zoran Galic. « Mais nous savons que notre industrie du film est capable de créer de nouveaux postes et, comme nous l'avons vu au cours de la dernière décennie, nos films encouragent la cohésion sociale et contribuent au développement des valeurs culturelles. »

[En savoir plus...](#)

fondo internacional para la diversidad Investiendo en creatividad Transformando sociedades

Noticias EMPODERAMIENTO DE LOS JÓVENES

français español English

Septiembre de 2013

EL FIDC EN ACCIÓN



Un grupo de jóvenes indonesios de la isla de Siberut ha creado un centro multimedia con el apoyo del FIDC. Esta iniciativa les brinda la oportunidad de adquirir experiencia realizando películas y utilizando tecnologías digitales. También les permite desarrollar sus ideas de negocio y, finalmente, crear sus propias micro empresas. Crédito: Hendro.

HECHOS RELEVANTES




Una iniciativa de capacitación aporta esperanza laboral en Mozambique

Mientras en Maputo, capital de Mozambique, una gran sala de exposiciones se llena de artistas, empresarios, funcionarios gubernamentales y medios de comunicación, el improbable viaje de 85 jóvenes mozambiqueños empieza a cobrar sentido. Hace menos de un año, formaban parte del 21% de desempleados sin mucha esperanza de encontrar trabajo. Hoy, sin embargo, presentaban llenos de confianza el fruto de sus nuevas destrezas creativas, adquiridas gracias a un proyecto de alcance nacional puesto en marcha por la Comisión Nacional para la UNESCO de Mozambique, con el apoyo del Fondo Internacional para la Diversidad Cultural (FIDC) de la UNESCO. [Más...](#)

Un proyecto cinematográfico con jóvenes indígenas brasileños rompe estereotipos

Un grupo de escolares brasileños se ríen, bailan y se mueven en cuanto miran a unos niños indígenas imitar a Michael Jackson en la pantalla. "¿Es esto Brasil?", se preguntan al finalizar la proyección de la película sobre la realidad actual de sus colegas indígenas. Estos son algunos de los miles de niños brasileños que están desaprendiendo algunos de los estereotipos más comunes acerca de los indígenas. Y lo hacen gracias a un kit educativo multimedia, único en su género, (accesible en [línea aquí](#)) producido por [VÍdeo nas Aldeias](#) con la participación de jóvenes directores de cine y sus comunidades, pertenecientes a los asháninkas y guaraníes. [Más...](#)

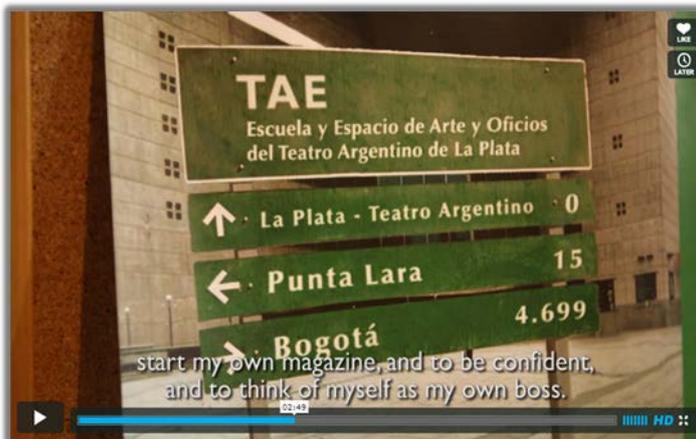
Stratégie de communication

Vidéo institutionnelle du FIDC

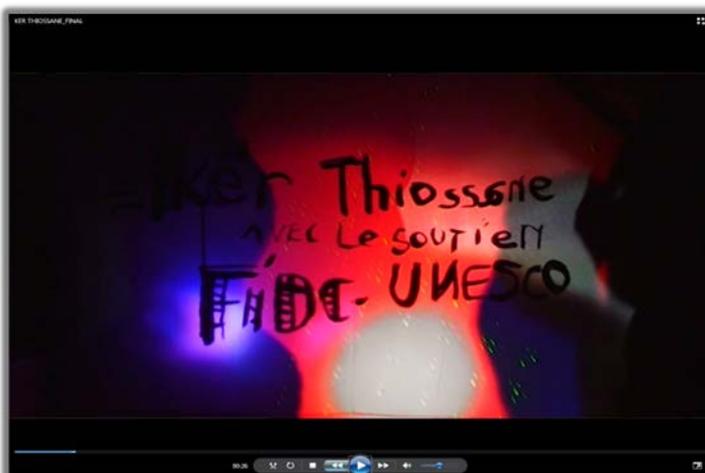


Récits multimédias de projets financés par le FIDC

Argentine – Une école crée des opportunités professionnelles pour les jeunes Argentins



Sénégal - Les artistes africains embrassent l'ère du numérique



Croatie - Réglementation du marché du livre et promotion de la lecture en Croatie



Le FIDC présenté au Festival Today'sArt à La Haye (Pays-Bas), le 28 septembre 2013

